



口味创新、包装环保、线上购买……

# 今年月饼市场亮点不少

信息时报讯 (记者 刘芳) 今年由于疫情爆发,消费市场受到不小的影响,而今年中秋月饼市场也存在着主销售期启动晚、销售期短的特点,为此临近中秋佳节,各大月饼品牌各施奇招,推出各类营销活动争夺消费者眼球。信息时报记者了解到,今年月饼市场亮点不少:口味创新不拘一格、线上销售增加、包装更加环保……可以说,今年的月饼市场更加有看头。

## 创新口味月饼不拘一格

记者了解到,各月饼品牌厂商纷纷各出奇招。既有来自老字号的新潮国货,也有人们耳熟能详的经典IP,更有口味独特的新奇特产品。而且,新品研发思路更加开阔,不拘一格,具有地域特色、中西结合的月饼品种也大量面世。

近年来月饼市场除了传统月饼厂商的持续发力,也出现了不少新“玩家”,并且推出了众多新款月饼。例如今年西贝莜面村推出了杂粮月饼;周黑鸭推出了麻辣风味月饼、巧克力芒果流心月饼;全聚德推出了宫廷烤鸭月饼;五芳斋推出黑松露鲜肉月饼;肯德基推出桃山皮小麦胚芽流心月饼等。

而在茶饮界,喜茶推出了“喜茶饼家”月饼礼盒,刚推出不久就显示已经售罄,在网购平台上,已经出现了价格高于官方渠道的代购,并且需要提前3至5天预订。

星巴克中国今年则在东方古韵中探索创新,全新推出了3款月饼礼盒及7款中西合璧、风味独具的月饼,如推出



今年月饼市场亮点不少。信息时报记者郭柯堂摄

了黑胡椒培根月饼。此外,源自美国纽约的网红甜品Lady M也在国内推出了月饼礼盒。

## 营销创意花样繁多

近些年来,从包装到口味,再到联合IP,许多品牌在月饼上尝试的花样越来越多,最为典型的便是跨界营销。例如今年故宫分别携手肯德基和奈雪的茶推出联名月饼。其中,肯德基与故宫博物院联合打造了中秋联名款限量月饼礼盒——“繁花簇月”系列;奈雪的茶则与故宫联合推出了“芳盒·丹着锦”、“芳盒·凤凰翎羽”两款月饼礼盒。

而广州酒家则与可口可乐合作,推出了“粤是分外潮中秋礼盒”,外包装是可转可拆的“可乐罐”,十分吸睛;稻香村则与“国民泡面”品牌康师傅联名,推出

“食全食礼”中秋礼盒,创新研发经典红烧牛肉味月饼。礼盒中配有4种口味的月饼,以及康师傅两种经典口味方便面。

## 线上购买方式兴起

互联网销售模式经过这些年的发展,硬件、软件、物流配套基本成熟。疫情的发生和持续使得互联网销售迎来了前所未有的发展机遇,消费者也“被迫”培养出了网购习惯。电商平台增长迅猛,各骨干企业也纷纷建立和加强自己的互联网销售体系。加上网红、直播经济的兴起,今年互联网销售预计将在中秋市场上占据重要一席。

例如老牌烘焙食品品牌华美集团,今年就大力抢滩布局月饼直播电商市场。相关负责人介绍,今年借助直播带货,华美集团月饼线上销售额预计在去

年的基础上增长40%。

## 今年月饼包装更精简

在“厉行节约、反对浪费”的大环境下,今年月饼市场上呈现出一股“精简”的清流。

记者近日在一家饼铺看到,除了有传统80克大小的月饼,其还推出了55克的小月饼,小朋友也可以一次吃完,更便于大家根据自己的“食量”酌情选购。

白天鹅宾馆也在今年推出了迷你版的广式月饼,并主打更加低脂、轻油、少糖等特点;半岛月饼今年同样推出了一款迷你奶香月饼,大小只有三分之一个手掌大,适合一人食用。

中国焙烤食品糖制品工业协会近日发布的《2020年中国月饼行业发展趋势报告》(以下简称“报告”)指出,近年来,国家大力提倡环境保护,环保意识深入人心。预计今年月饼包装的风格将继续以弘扬传统中秋文化、简约环保为主。年轻消费群体的喜好已逐渐成为企业着重考虑的因素,彰显个性、结合特色、形状各异的包装及产品,更易受到追捧。中秋月饼产品将更加丰富多彩,多种口味产品组合装的礼盒,仍将受到消费者的喜爱。

以星巴克为例,今年就将可持续发展理念延续到今年的中秋礼盒设计中。据介绍,全新上市的中秋礼盒都采用森林认证(FSC)材质制成,丝质感方巾所使用的面料获得全球回收标准(GRS)认证,以回收的塑料(再生聚酯)为原料重新打造而成,提出环保生活方式。

# 直播带货卖月饼效果显著

### 华美集团今年线上月饼销售预计增长40%

临近中秋,月饼消费市场开始热闹起来,各大月饼生产厂家也开始发力。9月开始,华美集团在绿化带的提示板上写下倒计时,临近中秋的月饼销售旺季让这家老牌烘焙食品企业冲劲十足。

作为一家老牌的烘焙行业企业,华美集团以生产月饼、饼干、糕点等产品为主,月饼日产能就达到350万个。华美集团也是广式月饼的龙头企业之一,经典、新颖的产品满足了市场各类消费人群的需求。

华美集团内部的直播带货空间里,三组主播同时向网友推荐华美经典月饼和新口味月饼,其中就有华美集团报名参加“2020品质东莞直播带货大赛”的“华美双黄纯白莲蓉”月饼。华美集团电商部总经理张惠卿介绍,今年借助直播带货,月饼线上销售额预计在去年的

基础上增长40%。

“华美双黄纯白莲蓉是我们的最经典的一款产品,新鲜采购的食材经过现烤现做,生产线也是采用先进的日本生产设备。充满中国风的包装风格,使得这款经典月饼很具有辨识度。”华美集团市场部经理郑琳芳介绍,2019年这款经典月饼的制作技艺入选东莞市级非物质文化遗产代表性项目名录,因此该公司推荐经典产品报名“东莞制造优品”。

据了解,从1991年发展至今,专注于广式月饼的华美集团更加注重新产品的开发,特别是去年成立了产品中心,从公司的技术、品控、生产、物流和电商等多个部门抽调力量,通过捕捉消费终端的需求数据以影响生产端,以更加科学化的方法开发出更加适合消费

者的新产品。  
“现在华美月饼的口味大概有60多种。”郑琳芳介绍,除了经典款月饼之外,华美集团还推出如黑松露流心奶黄、榴莲流心奶黄、奶茶和咖啡口味等,也有小众的如木糖醇、小龙虾、藤椒牛肉等产品。与此同时,华美集团也和互联网游戏公司等推出联名款月饼。



借助电商业务,今年华美集团实现逆势增长。

今年,新冠肺炎疫情搅乱市场,但借助电商业务,华美集团实现逆势增长。通过电商业务,今年华美集团线上的月饼销售额预计比去年同期增长40%。同时,电商业务也通“线上+线下”的形式帮助经销商、代理商提前宣传。发展直播电商的效果也非常显著,今年通过直播电商的销售额占该公司总销售额的7%~8%。